

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN
SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Program Studi Manajemen



Oleh :

RISSA RIBA

NIM : 2011210399

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN
SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Program Studi Manajemen



Oleh :

RISSA RIBA

NIM : 2011210399

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018**

PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN
SURABAYA.

Diajukan Oleh :

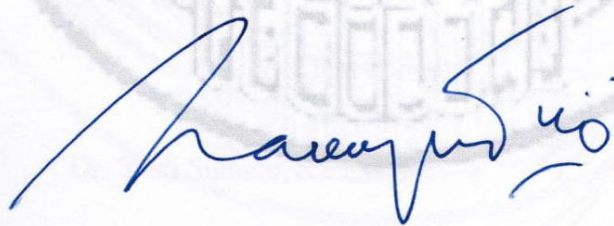
Rissa Riba

2011210399

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 03/10/2018



(Dr.Ec.Harry Widyantoro, M.Si)

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN SURABAYA.

Disusun Oleh

Rissa Riba

NIM : 2011210399

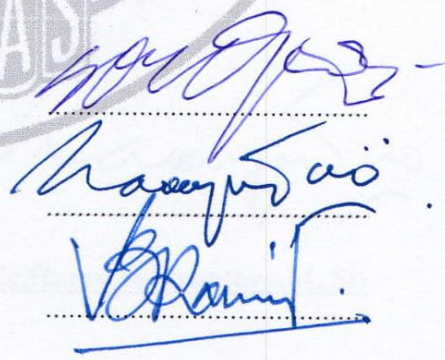
Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 31 Agustus 2018

Tim Penguji

Ketua : Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si

Sekretaris : Dr.Ec.Harry Widyanoro, M.Si.

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, S.E.,MM.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rissa Riba
Tempat Tanggal Lahir : Seriti, 17 juni 1993
N.I.M : 2011210399
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Alfamart Di Kenjeran Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program studi SI Manajemen
Tanggal :

Dosen Pembimbing
Tanggal : 03/10/2018



(Dr. Muazaroh, S.E., MT.)



(Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si)

Motto :

“Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya

Yang boleh direbut oleh manusia ialah

Menundukan diri sendiri.”

(R.A Kartini)

Persembahan :

Ku persembahkan skripsi ini untuk ke dua orang tuaku, bapak Riba Podi dan ibuku Mariati. Beliau lah yang mengajariku arti perjuangan dalam hidup.dan beliau lah yang membangkitkanku ketika aku terjatuh dan tak bisa bangkit lagi beliau pula tempatku berteduh membasuh peluh..

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Atas rahmat Tuhan yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN SURABAYA”

Adapun maksud disusunnya penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Sarjana Jurusan MANAJEMEN STIE PERBANAS SURABAYA.

Dalam menyusun Skripsi ini tak lepas dari dorongan dan mendapat banyak bantuan dan petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat dan kelancaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Kedua orang tua Penulis Bapak Riba Podi dan Ibu Mariati yang telah memberikan semangat hidup untuk terus maju menatap masa depan .
3. Bapak Lutfi, SE.,M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
4. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
5. Ibu Linda Purnama Sari, SE., M. Si selaku Dosen Wali STIE Perbanas Surabaya.
6. Bapak Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan membimbing saya dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Program Studi Sarjana yang telah banyak memberikan ilmu dan motivasi.
8. Kakak Tercinta Riswanto,S.Kom.,M.I.Kom yang selalu memberikan motivasi.
9. Saudaraku Kakak dan adek tercinta yang selalu mendukung untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan Skripsiku.
10. Bima Saksono putra tercinta. yang selalu menyemangati tiada tara untuk pengerjaan skripsi.
11. Untuk seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih memerlukan banyak sekali pembenahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik dari semua pihak yang membangun untuk perbaikan dan demi kesempurnaan Skripsi ini.

Surabaya, Agustus 2018

Rissa Riba

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Bauran Pemasaran (marketing mix)	15
2.2.2 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	28
2.2.3 Kepercayaan Konsumen (<i>Trust Customer</i>)	33
2.2.4 Loyalitas Konsumen (<i>Loyalty Customer</i>)	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	40
2.4 Kerangka Pemikiran Skripsi	44
2.5 Hipotesis Penelitian	45
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 46
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Batasan Penelitian	46
3.3 Identifikasi Variabel	47
3.3.1 Variabel bebas	47
3.3.2 Variabel terikat	47
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.4.1 Variabel bebas	48
3.4.2 Variabel Terikat	53
3.4.3 Pengukuran Variabel	54
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	55
3.6 Instrumen Penelitian	57
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	59

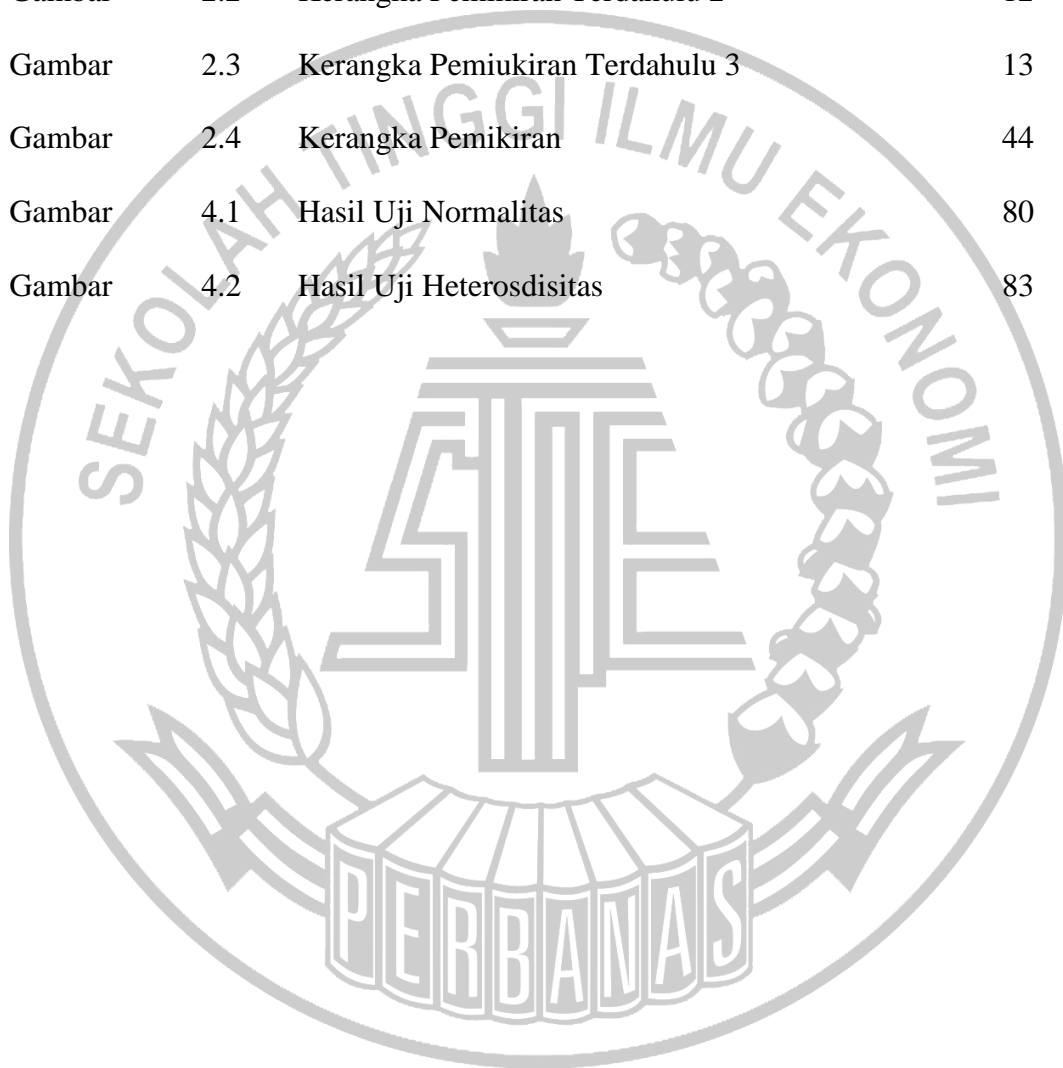
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.9 Teknik Analisis Data	60
3.9.1 Analisis Deskriptif	60
3.9.2 Analisis Statistik	60
3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik	61
3.9.2.2 Analisis Regresi	62
3.9.2.3 Koefisien Determinasi	63
3.9.2.4 Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	63
3.9.2.5 Uji statistik t	64
3.9.2.6 Uji statistik f	65
3.9.2.7	
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA ..	66
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	66
4.2 Analisis Data	68
4.6 Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Keterbatasan Penelitian	94
5.3 Saran	94
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	57
Tabel 4.1 : Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.2 : Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
Tabel 4.3 : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Penelitian Sampel Kecil	69
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	71
Tabel 4.6 : Kategori Mean Masing-Masing Variabel	72
Tabel 4.7 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran (X_1)	73
Tabel 4.8 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan (X_2)	74
Tabel 4.9 : Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen (X_3)	75
Tabel 4.10 : Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen (y)	76
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	77
Tabel 4.12 : Hasil Uji Realibilitas Sampel Besar	79
Tabel 4.13 : Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.14 : Hasil Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.15 : Koefisien Determinasi Berganda	87
Tabel 4.16 : Hasil Analisis Uji t	88
Tabel 4.17 : Hasil Analisis Uji F	89

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar	2.1 Kerangka Pemikiran Terdahulu 1	10
Gambar	2.2 Kerangka Pemikiran Terdahulu 2	12
Gambar	2.3 Kerangka Pemikiran Terdahulu 3	13
Gambar	2.4 Kerangka Pemikiran	44
Gambar	4.1 Hasil Uji Normalitas	80
Gambar	4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 : Tabulasi Data
Lampiran 3 : Hasil Analisis Statistika



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX, SERVICE QUALITY AND TRUST IN ALFAMART CONSUMER LOYALTY IN KENJERAN SURABAYA

Rissa Riba

STIE Perbanas Surabaya

Email:chakyrissa@gmail.com

Effect of marketing mix, quality and trust on consumer loyalty in services provided by Alfamart companies. If consumers make repeated purchases, then the action must be preceded by an evaluation of the quality of service and trust in consumer loyalty. Consumer loyalty is very important to maintain the quality and image of Alfamart so that consumers always make purchases for daily needs at Alfamart. This study was conducted to determine the effect of partial and simultaneous from the marketing mix, service quality, trust in Alfamart consumer loyalty in Kenjeran Surabaya. Respondents in this study were from 92 with the criteria that made purchases at Surabaya Kenjeran. The technique used in this research is Regression analysis technique, regression analysis according to Imam Ghozali (2013: 96) in addition to measuring the strength of the relationship between two or more variables, also shows the direction of the relationship between the dependent variable and independent . Based on testing and analysis, it can be concluded from the marketing mix, service quality, trust in Alfamart consumer loyalty in Kenjeran Surabaya. Whereas the marketing mix, quality, service, trust have a significant influence on Alfamart consumer loyalty in Kenjeran Surabaya.

Keywords: *Marketing Mix, Quality, consumer loyalty trust*

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ALFAMART DI KENJERAN SURABAYA

Rissa Riba

STIE Perbanas Surabaya

Email : chakyrissa@gmail.com

Pengaruh bauran pemasaran, kualitas dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dalam pelayanan yang diberikan perusahaan Alfamart. Jika konsumen melakukan pembelian berulang-ulang, maka tindakan tersebut harus didahului dengan evaluasi kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. loyalitas konsumen sangat penting untuk menjaga kualitas dan citra dari alfamart supaya konsumen selalu melakukan pembelian untuk kebutuhan sehari-hari di alfamart. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari bauran pemasaran, kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya. Responden dalam penelitian ini dari 92 dengan kriteria-kriteria yang melakukan pembelian di alfamart kenjeran Surabaya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis *Regresi*, Analisis regresi menurut Imam Ghazali (2013:96) selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Berdasarkan pengujian dan analisis dapat diperoleh kesimpulan dari bauran pemasaran, kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya. Bahwa Bauran pemasaran, kualitas layanan, kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen Alfamart di Kenjeran Surabaya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas, kepercayaan loyalitas konsumen